

# *Persuasión pública*

**LEÓN, José Luis (2008)**

Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitateko Argitalpen Zerbitzua (252 p.)

El profesor José Luis León ofrece en este estudio una visión a la vez general y pormenorizada de la persuasión pública. Se trata de una obra que pone al día, y en ese sentido innova, un clásico en la materia, *Persuasión de masas*, publicado en 1989.

Aunque *Persuasión pública* es un referente indispensable para investigadores, publicistas y docentes; dada la condición de profesor universitario del autor, serán, los estudiantes de publicidad, a quienes va dirigida especialmente esta publicación, los principales destinatarios de la misma.

La dimensión pedagógica del libro se manifiesta en tres movimientos de trabajo del texto: la estructura general de la obra, el esquema expositivo de la misma y el recurso a un caso paradigmático, en clave de ejemplo y modelo, que ilustra el pensamiento y la sensibilidad del autor.

El plan del libro sigue, en líneas generales, el modelo básico de los procesos comunicativos de masas: Las fuentes, su poder, su credibilidad, etc. Los mensajes y sus recursos persuasivos: el juego de las similitudes y diferencias, la fuerza homogeneizadora de la analogía, el poder de convicción inherente a los mensajes comparativos, la potencia probatoria de la demostración, la credibilidad que otorga el recurso al análisis multilateral y, en fin, la innegable capacidad persuasiva derivada del uso de un determinado orden argumentativo. Definición,

análisis y aplicación al ámbito de la persuasión de masas de las novedosas teorías del contexto y la enmarcación. Análisis del papel de los medios desde el ángulo del poder, la influencia, el uso combinado de los *media*, etc. Los receptores se estudian a través de sus necesidades, motivaciones y gratificaciones. A modo de conclusión, plantea una serie de cuestiones generales que abren un conjunto de ámbitos de la persuasión pública: cómo ven los emisores a los destinatarios de sus mensajes, cómo se explican las motivaciones desde las diferentes teorías que a lo largo de la historia se han ocupado de los factores que controlan el surgir de un comportamiento, sobre qué bases elaborar un modelo general de persuasión masiva o, en fin, cómo explicar la fuerza persuasiva de una conferencia.

En el esquema expositivo, el profesor León se basa en los movimientos cognoscitivos que van de lo general a lo particular; de la definición, de la síntesis, al análisis; de la deducción a la inducción. La definición, lo general, la deducción, va a justificarse e ilustrarse, dialécticamente, mediante el análisis pormenorizado, multilateral y contrastado de lo concreto, de una variada y numerosa casuística, a través de un movimiento permanente de similitudes y diferencias, de semejanzas y oposiciones, de un “sí, pero...”. Dialéctica que, por su parte, precisa, matiza, ilustra y enriquece la propia definición.

Las nuevas teorías del contexto y la enmarcación de la conocida escuela de Palo Alto, ilustran lo anteriormente referido. El movimiento opositivo enmarcación-enmarcado guía toda la exposición del epígrafe 1. Así, el autor de *Persuasión pública* comienza definiendo la enmarcación, lo general, para pasar luego a lo enmarcado, a lo particular; a

continuación explica la naturaleza del proceso de enmarcación, reforzándolo con ilustraciones comparativas; posteriormente avanza en la precisión del concepto de lo enmarcado que, al estar emparentado con otros muchos, mediante el contraste de similitudes y diferencias, va a resultar precisado en su función. El docente continúa enumerando una serie de casos en la conformación de los marcos, de las posibles alternativas que estos facilitan a los sujetos de la elección. Sigue analizando e ilustrando las tareas posibles de la enmarcación (definir categorías de valor, aumentar o reducir el número de éstas, desplazar objetos de un anaquel a otro) y el contexto (espacial, sensorial, temporal, etc.), en una casuística variada y compleja. Después prosigue avanzando en la determinación de estas nociones mediante su aplicación al ámbito persuasivo. Una operación taxonómica (contextualizar / descontextualizar; percepción comprensiva y aislada, enmarcación explícita e implícita, etc.) ilustrada con multitud de ejemplos del ámbito político, publicitario, económico, social, jurídico, etc., sigue precisando, enriqueciendo, desde el análisis, la inducción y el contraste de lo concreto, el referente inicial de la definición.

Como indicábamos anteriormente, el análisis de la célebre conferencia sobre ética pronunciada por Ludwig Wittgenstein en Cambridge en 1930, aclara tanto un procedimiento persuasivo singular como la personalidad de quien la elige y valora. La primera y fundamental observación sobre este texto, un clásico en la materia, se deriva del manifiesto contraste entre la persuasión que utiliza los *mass-media*, así como enormes recursos materiales y humanos, para alcanzar con sus mensajes, generalmente efímeros, a un público masivo y aquella, como la del ejemplo,

que, sirviéndose de canales naturales, y una difusión, en consecuencia, limitada en sus comienzos (tanto por la naturaleza del medio como por la dificultad del mensaje), alcanza, por la calidad del emisor-mensaje, una difusión que podríamos calificar de universal, soportada en un mensaje imperecedero. Así mismo, hemos de señalar que el éxito persuasivo de la conferencia se debe a lo novedoso del mensaje, al empleo del método socrático, a los procedimientos argumentativos de la retórica y, en gran medida, a la ideología relativista dominante en nuestras sociedades, en el que se apoya la tesis central de su pensamiento sobre la ética, tal y como señala el profesor León en la página 237 de su libro: “ (...) todo discurso sobre ética, no siendo ciencia empírica, jamás puede tener fundamento unívoco, y sólo debe ser admitido como expresión aproximada pero nunca acabada.”

En fin, si, como dice el autor, la persuasión induce modificaciones en las creencias, las actitudes y las conductas, hay que reconocer que, tras la lectura del libro *Persuasión pública*, algo más que el acto de leer ha tenido lugar.

**Nicolás Xamardo González**

---

## *Jendaurrean hizlari*

**GARZIA, Joxerra (2008)**

Irun: Alberdania.

Gizon ileurdina itsasoari begira da, hondartza gainean eraikita dagoen lau izarretako hotel baten terrazatik. Liluraturik begiratzen dio mugagaitzari. Lehen aldiz ikusten du Mundakako

olatua, lehor idorrekoa baita bera, kostaldetik urrun jaioa.

Ikusmira horretan, itsaso burgoiari beha eta so, kresala nolakoa den jakin nahi luke.

- Kresal hori nolakoa den, ba al dakik? –bera bezala zekalezko lurretan hazitako gelakideri.
- Proba ezak. Proba ezak, jakiteko.

Gonbidapen bat da Joxerra Garziaren liburua, ahozko komunikazio-gaitasuna lantzeko gonbidapen bat. Gonbit horretan, autoreak testu eraginkorrak sortzen ez ezik, ahotsa eta gorputza behar bezala kudeatzen erakutsi nahi dio balizko ikasleari, euskal hiztunari.

Komunikazioaren Gizartean, hitza da arrakastaren giltza. Hitzak, ordea, ezer gutxi balio du, hiztunak behar bezala erabiltzen ez badaki. Baina, erabiltzeko, erabili egin behar, noski. Horra hor gonbitaren muina: erabil dezagun hitza, bihotzaren giltza bera baita.

Eskola-testu eta saiakera tonua hartzen ditu liburuak, tarteka-marteka. Irakaslea da autorea, eta ikasleari zuzendutako diskurtsoa egin du, hortik eskolaren hotsa orrialdeetan zehar. Halaber, eztabaidan zaletua eta aritua da autorea, hortik saiakeraren soinua pasarteen zokoetan.

Argudio-motak nahiz argudio-egiturak erakutsi eta ostendu dabil autorea lerroetan, afrontu-egunetan haize bortitzak atearen orria haratona darabilen moduan: noiz itsasoa erakutsi, noiz hura ezkutatu.

Egitura argia du liburuak: atariko hitzez gain, bederatzi kapitulu dauzka Joxerra Garziaren lan honek.

Hasi, liburua hasten da Imanol Lazkanori eta Aristotelesi egindako eskaintza batekin. *Imanol*, *hitzaren*

*xarma eta lilura inork gutxik bezala sentitzen eta preziatzen lagundu didalako* dio autoreak; Aristotelesi, *hitzaren xarma eta lilura nondik nora sortuak diren argitzen lagundu izanagatik*.

Liburuaren beraren barne-ibilbideetan sartuta, *Komunikazioak bizi gaitu* du titulutzat lehen atalak. Autoreak aitortzen duen bezala, berotze-ariketa moduko bat da abiapuntuko hori. Garzia irakasleak bere buruarekin dihardu orrialde horietan, gairen baitako eztabaida pertsonalean murgildurik, *esan eta izan* binomioaren esparruko dialektika existentziala planteatuz bertan.

*Diskurtsogintzaren oinarriak* aztertzen ditu EHUKo irakasleak bigarren urrats batean. *Erretorika* hutsaletik ihes egiteko jautzia proposatzen du autoreak. Diskurto egokiaren alorrak, xedeak, arriskuak eta irteera posibleak deskribatzen ditu, banda joz *erretorika* betearen alde.

*Inventio* delakoa du gogoan hirugarren atalak. Zer da argudioa? Nola bilatu argudio egokia? Zelan eraiki diskurto interesgarria? Galdera horiei eta beste batzuei erantzuten die autoreak hirugarren kapituluak. Diskurtoaren eraikuntzaren ikuspuntutik begiratuta, analogiaren, oroimenaren eta esaera zaharren ekarpena aztertzen du.

*Dispositioa* hartzen du gogoan laugarren atalak. Autorearen helburua da azaltzea argudioak zelan kokatu behar diren diskurtoaren baitan, arrakastatsua suerta daitezen, jomugan hobeto asmatu dezaten. *Kalkulu erretorikoaren oinarriak* definitzen ditu horretarako.

*Elocutioari* buruzko ardurak ainguratzen du bosgarren atala. Hezurduraz gain, jantzia, jantzi egokia, ederra eta erakargarria behar du diskurtoak, hitzaldiak. Atalaren

orrialdeetan zehar, ugari aurkituko ditu ikasleak aholkuak jostun-langintza horretarako.

*Memoria* du kontuan seigarren kapituluak. Paperetik airera jauzi egiteko moduak aztertzen dira atal honetan. Diskurtsoa nola helarazi entzuleari, horixe da orrialdeon muina.

*Actio-I* du titulutzat zazpigarren atalak. Ahotsaren munduari eskainitako atala da, norberaren esateko gaitasuna lantzeko tresneriaren deskribapena azaltzen duena. Ahozko testua idazteko arauak eta esateko moduak lantzeko irizpideak aurkituko ditu irakurleak bertan.

*Actio-II* hartu du izenburutzat zortzigarren atalak. Gorputzaren jirako alderdiak azaleratzen ditu autoreak bertan. Hizlariaren begiradaz, nahiz gorputzaren kokapen eta keinu-imintzioez dihardu. Gidoi erretorikoaren oinarriak deskribatzen ditu.

Laburpen modukoa da azken atala: *Dena esan ostekoak*. Kapitulu osoa baliatzen du autoreak azaltzeko liburuaren edukien nondik eta norako nagusiak. *Peroratio* klasikoaren funtzioa betetzen du azken kapitulu honek.

Ezer baino lehen, irakurleak argi eduki behar du *esateko liburua dela hau*. Irakurtzekoak dira liburuak, jakina. Honoko hau irakurtzekoa eta esatekoa da, irakurri ahala, esaten joatekoa. Saio estiloko esku-liburua idatzi du autoreak, oso modu pertsonalean idatzi ere. Akademian ohikoa denetik apartatuta, ikasleari zuzentzen zaio uneoro, berarekin elkarriketa artez bat mantendu nahi izango balu bezala. Mardula eta sakona da liburua, lauhundik gora orrialde, azalpen teorikoei adibideak eta ariketa praktikoak kateatuz. Euskararen munduan zentratua oso. Hori guztia, euskara esana aintzakotzat hartuta.

Lehorreriatik apartatu nahi du esku-liburuak hizkuntza. Euskararen estandarizazio idortzailea baztertzen ahalegintzen da Garziaren saioa. Euskara zuzena oinarri hartuta, euskararen beraren sena erreibindikatzen du autoreak, ahozko mezuaren xedea lortzeko egokia den hizkera-eredu eta maila lantzea.

Harreman publikoak landu nahi dituenarentzat, publikoan harremanak landu nahi dituenarentzat eta komunikazioan jardun gura duenarentzat idatzitako liburua da Garziarena.

Otsaileko elurrekin etorri dira orrialdeok, udaberriko ur-uhin eta olatuak zurezko ontzian zeharkatzeko asmoz, era guztietako oihalak ireki eta hegoak zabaldua. Hitzaren itsasoari, bihotza aitortuta.

**Jose Inazio Basterretxea**

---

## *Las historias de famosos en la sociedad mediática: ¿por qué tantas, por qué ahora?*

**LAMUEDRA GRAVÁN, María (2007)**

Diputación Provincial de Huelva

La autora de la obra que nos ocupa, María Lamuedra, doctora en Periodismo y profesora de Comunicación Audiovisual en la Universidad Carlos III de Madrid, se ha especializado a lo largo de su trayectoria profesional en materias relacionadas con las funciones sociales de los medios de comunicación, en sus diferentes formatos. Su propia tesis

doctoral (en la Glasgow Caledonian University) se centró en el estudio de los formatos híbridos y el melodrama en televisión.

El libro es el fruto, principalmente, del trabajo realizado durante el año 2002 sobre los contenidos –historias de famosos, en particular– de las revistas semanales denominadas usualmente como ‘femeninas’, españolas y británicas. La técnica utilizada en el trabajo de campo consistió en la combinación de los grupos de discusión y las entrevistas de profundidad, casi a partes iguales entre lectores y televidentes de ambas nacionalidades. No obstante, los sin duda elocuentes resultados se presentan desde la perspectiva sociológica del universo mediático español.

Significativos son, desde luego, algunos de los datos respecto a las historias del famoso: en septiembre de 2006 se ofrecían más de 40 horas semanales de las parrillas de las televisiones generalistas de cobertura estatal, y se publicaban nueve revistas ‘del corazón’ de periodicidad semanal.

Lamuedra comienza reflexionando sobre la celebridad como fenómeno; sostiene que existe una estrecha vinculación entre los famosos y la sociedad de cada momento y, por ello, que es necesario analizar cómo ha cambiado el significado de la fama en las sociedades actuales. Existe, según muestran las investigaciones al respecto realizadas por los estadounidenses Leo Braudy y Victoria Price, una estrecha relación entre la ‘cultura de la celebridad’ del siglo XX y la democracia. Se ha producido, según estas tesis, una especie de democratización de la fama, ya que el fenómeno del deseo de la celebridad siempre ha existido –deseo que ya se le achacaba a Alejandro Magno– pero que sin los cambios e innovaciones que han transformado la

sociedad de nuestro días nunca podría haber evolucionado en los términos en los que lo ha hecho.

Centrándonos en el pasado siglo XX, década a década la fama ha ido expandiéndose a diversas áreas: deportistas, cantantes, presentadores de televisión... Condición sine qua non para esta prosperidad de la cultura de la fama pueda darse –según la cita que se hace de Alberoni (*The Powelles Elite*)– es la existencia de un estado de derecho, una burocracia eficiente, un sistema social estructurado, un sistema económico desarrollado y una sociedad abierta y móvil en sentido social, en contraposición al aislamiento y estancamiento de las sociedades rurales de antaño.

Lamuedra sostiene que, merced a la versatilidad de los famosos en una sociedad flexible y desideologizada, éstos han evolucionado con los tiempos de acuerdo a las tres siguientes tendencias:

1. De formas ideales de ser a formas típicas de ser: hacia la democratización.
2. De héroes de la producción a héroes del consumo.
3. De héroes por cuestiones públicas a héroes por aspectos privados.

En esta tercera fase en la que nos encontramos las historias de los famosos sirven para “canalizar debates públicos acerca de cuestiones sociales en un espacio simbólico que, podemos llamar Esfera Pública Popular y en el que se debaten temas importantes para la sociedad”. Se presentan sus historias a través de formatos tales como los shows de tele-realidad y, también, de otros formatos actuales, definidos como híbridos.

Reflexiona también la autora sobre a qué nos referimos cuando hablamos de ‘famosos’, y sobre su

imbricación con la telebasura o el amarillismo de la prensa rosa, y especialmente sobre qué es lo que ha propiciado su aparición en el espacio y en el contexto socio-político en el que nos hallamos.

Señala, como fenómeno del panorama mediático español, la existencia de ‘famosos-por-relación’ o ‘famosillos’, aquellos personajes a los que se considera una especie de ‘trabajadores de la industria del corazón’, por su forma peculiar de ganarse la vida. También apunta el hecho de su mayoritaria aceptación entre la ciudadanía, sobre todo por lo que supone de igualdad de oportunidades entre diferentes clases sociales (por ejemplo, Ana Obregón vs. Belén Esteban).

Otro aspecto en el que se enfatiza en la obra es el tratamiento de lo privado y lo público en los medios españoles y británicos. En este contexto, los asuntos relacionados con la conducta sexual de las personas, por ejemplo, son percibidos de desigual manera en el Reino Unido y en España: para los británicos el comportamiento íntimo de sus políticos tiene una trascendencia pública esencial (“lo personal es político”), mientras que para los españoles se establece una clara división entre lo privado y lo público (“lo personal no es político”), como si de dos comportamientos estancos se tratara.

Significativo es también otro de los resultados de la investigación, referido a las actitudes de los lectores británicos y españoles respecto a los comportamientos privados de los personajes públicos. Para los británicos, el que una persona famosa infrinja un principio moral en su vida íntima supondrá en la mayoría de los casos su desafección para con ella; en el caso español, en cambio, esa desafección se

produciría sobre todo por su manera de conducirse públicamente.

En otro de los capítulos la autora se centra en el fenómeno protagonizado por Belén Esteban, paradigma de las historias de ‘famosillos’ de los últimos tiempos. Según un sector de los lectores, responde a una lógica ‘post-moderna’, en el sentido de ser ella producto de un tiempo ‘post-moderno’, caracterizado por la crisis general de los valores modernos y de las instituciones.

Destacaremos, finalmente, en palabras de la propia autora, una característica determinada por el momento histórico presente: “la democratización de la intimidad y la feminización de los medios, que conlleva que cada vez aparezcan en los medios más historias cotidianas y privadas, que no por ello deben considerarse ‘telebasura’”.

**Juan Carlos Pérez Fuentes**

---

## *Carlos Serrano de Osma: Historia de una obsesión*

**ARANZUBIA COB, Asier (2007)**

Madrid: Cuadernos de la Filmoteca  
Española, nº 11, Filmoteca  
Española/ICAA/Ministerio de Cultura

Ahora que ni el Ministerio de Cultura consigue dilucidar el cómputo de sus espectadores y la transnacionalización rampante del negocio audiovisual enrarece cada día más una definición plausible del cine español, todo indica que esa historiografía que comenzó a ocuparse de su ecuánime escrutinio tras

dejar esforzadamente a un lado los prejuicios de la crítica desafecta a la producción autóctona, y al otro las obsoletas rutinas de trabajo de la vieja Cátedra, empieza a poner en claro, de una vez por todas, de qué hablamos cuando hablamos de cine español. No es, ni por asomo, el primer estudio de este perfil, ni tiene, por fortuna, visos de ser el definitivo; y sin embargo el reciente *Serrano de Osma* de Asier Aranzubia constituye ya, por méritos propios, un jalón en esa ambiciosa y colectiva maniobra heurística tantos años postergada, consistente en *rehabilitar* sin complejos ni tapujos el cine hispano con el instrumental teórico y metodológico más actualizado y solvente. Palabras mayores que paso, sin más dilación, a justificar.

Serrano de Osma no fue un cineasta cualquiera, sobre todo por la sofisticada e inhóspita factura de sus largometrajes, pero también por su febril actividad colateral o parafilmica en la que, en simbiosis con el inquieto realizador, guionista y productor cinematográfico de primera línea, se dan cita el agitador cultural durante el periodo republicano, el sesudo teórico, el pedagogo pragmático del séptimo arte, el director (y profesor de teoría y técnica de la dirección) del Instituto de Investigaciones y Experiencias Cinematográficas (y subdirector de la posterior Escuela Oficial de Cine) que pastorea la formación de varias generaciones de cineastas españoles y, por quedarnos con lo fundamental, alguna que otra incursión en la dirección escénica televisiva. Magro currículo que, por asombroso que parezca, sólo contaba hasta la fecha con el inevitable reguero de encomiásticas alusiones volanderas, alguna que otra incursión furtiva de mérito en su corpus filmico, y una loable aproximación preliminar que a comienzos de los años ochenta se desgañitaba reclamando la

necesidad de ese abordaje a fondo en la materia que, andando los años, ha llevado a feliz término Aranzubia.

No hablamos, por consiguiente, del rutinario, hagiográfico y ditirámico primer plano filmico del cineasta *raro* que se estila por estos lares, sino de un documentado y convincente retrato de cuerpo entero del poliédrico Serrano de Osma que, entre las más obvias, tiene la virtud de alumbrar los vínculos y soterrados trasvases que se establecen entre unas tribulaciones teóricas tendentes a la experimentación y su exigua (apenas ocho largometrajes, amén de algunos cortometrajes y trabajos televisivos de menor interés) pero inestimable praxis filmica. Aranzubia, por ejemplo, no sólo saca a la luz el sedimento que conceptos de su puño y letra tales como el *cine telúrico* o el *plano infinito* presentan en las películas de Serrano de Osma, sino que denuncia con perspicacia ciertas contradicciones que su filmografía posterior, realizada durante el franquismo, exhibe respecto a las encendidas proclamas vertidas en sus textos de elaboración teórica durante los convulsos años que precedieron a la guerra civil. El trabajo de Aranzubia tiene, en suma, en su haber, el mérito de dar cumplida fe de que la anomalía estética que sus películas entrañan en el contexto cinematográfico español de los años cuarenta y cincuenta sólo cobra sentido cabal al caleidoscópico trasluz de las lucubraciones de ese intrépido pensador de cine que, también por escrito, fue Serrano de Osma.

De ahí que, con todo y la irreprochable reconstrucción de la biofilmografía del polifacético *hombre de cine* (valga de ejemplo el nervio narrativo con el que se desgrana la azarosa producción y rodaje de *Tirma*, 1954, o la puesta en pie de la monumental *Parsifal*, 1951), el nudo gordiano de este

volumen estribe, como cabe exigir a un trabajo de estas características, en el escrutinio del irregular reguero de películas dejado tras de sí por esa singladura profesional al alcance de cualquier investigador medianamente meticuloso. Cara a cara con los filmes que permite a Aranzubia echar por tierra el tópico que contempla en el *corpus* Serrano de Osma una irrefrenable vocación de estilo que afloró como un volcán en sus tres primeras películas (integrantes, en acertada pero previsible denominación de Aranzubia, de una suerte de *trilogía telúrica*) para, tras la plétora inaugural, ir perdiendo fuerza progresivamente coartada por una industria castradora en la que no cabían semejantes alardes de individualidad.

Gracias a Aranzubia sabemos hoy que la archisobada idea del cineasta de irreprimible pulsión formal sometido por el sistema, se corresponde, sólo superficialmente, con la lógica subyacente en una filmografía que orbita en torno a dos soles; a saber: *Embrujo* (1947), el segundo de sus filmes y centro axial de la trilogía telúrica, y su reverso, *La rosa roja* (1960), el último de los largometrajes de Serrano que atrae gravitatoriamente a todas sus películas tardías. Situadas al principio y al final de manera que envuelven en la práctica su catálogo filmico, estas películas sintetizan las dos facetas de Serrano que fue, en efecto, un cineasta exaltadamente estilizado, pero que, como atestigua Aranzubia, lo fue de dos maneras: una *eufórica*, donde las contorsiones y arquivoltas formales se autojustifican dando la espalda a la excusa argumental, y otra *disfórica*, en la que las veleidades estilísticas comparecen más atemperadas al servicio de la trama. Como todo es mejorable, quizá se eche en falta mayor grado de concreción en estas cuestiones nodales, que con toda probabilidad quedarían mejor expuestas siendo auscultadas

capítulo aparte, en lugar de intercaladas, a salto de mata, entre los pormenores de la peripecia profesional del cineasta.

Sólo quedaría añadir que, a diferencia de las editoriales privadas que dan en nuestro perímetro cicatera voz de papel a los temas cinematográficos, la Filmoteca española no escatima medios, de manera que el soberbio trabajo de Aranzubia comparece en las librerías en cuidado formato *delux*, con papel satinado e ilustraciones pertinentes, y exquisitamente reproducidas. *Bon appetit*.

**Imanol Zumalde Arregi**

---

## *Modelos de radio, desarrollos e innovaciones. Del diálogo y participación a la interactividad*

**CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2007)**

Madrid: Editorial Fragua

*Modelos de radio, desarrollos e innovaciones*, se compone de once capítulos divididos en dos partes.

“Innovaciones emergentes y aperturas del modelo comunicativo” da comienzo a la primera parte de la obra: “Modelos de radio: de la difusión a la comunicación participativa e interactiva”. En este primer capítulo, Cebrián Herreros introduce al lector en los profundos cambios que se están desarrollando en la radio en cuanto a producción (software y hardware), emisión (cable, ondas hertzianas, radio

digital terrestre, satélite e Internet) y recepción (teléfonos móviles, dispositivos mp3, receptores tradicionales, etc.).

Los capítulos 2 (“Diálogo y participación en los modelos generalistas”), 3 (“Expansión de los modelos temáticos o especializados”) y 4 (“Crecimiento de los modelos convergentes y multimedia interactivos”), por su parte, analizan los tres modelos radiofónicos referenciales en la actualidad: generalista, temática (especializada) y convergente (multimedia interactiva). En la primera se indica la tendencia a la participación y al diálogo entre las partes, además de introducir AL público en los estudios y reforzar la presencia de la radio en exteriores. En la radio especializada (capítulo 3) se constata la consolidación de la radiofórmula informativa y, sobre todo, la radiofórmula musical. Por último, el tercer modelo de radio sería aquel que encuentra en Internet y en la telefonía móvil su emplazamiento natural, y que ofrece un escenario diferente en forma, gestión y consumo del otrora medio invisible.

“Innovaciones en los géneros y formatos de programación y de programas” (capítulo 5) muestra algunos síntomas del mestizaje en el que se encuentra inmersa la radio. Es decir: el nuevo contexto de transformaciones ofrece, además de un acercamiento en clave de participación entre emisor-receptor y receptor-emisor, un catálogo de programas y programaciones que se mueven dentro de unos parámetros de hibridación y combinación que invalidan las teorías clásicas (cerrada).

“Tratamiento, narrativa y creatividad en la programación y programas” (capítulo 6) cierra la primera parte de la obra. Cabe destacar una reflexión esclarecedora del autor que resume el escenario creativo en el que se mueve la radio actual: “No corren buenos

tiempos para la creatividad radiofónica. La radio comercializa su programación y está sometida a una exacerbada competitividad por el número de cadenas y de emisoras que concurren en el mercado y por la insuficiente publicidad” (p. 158). Esta afirmación deja en entredicho alguna que otra máxima clásica que supeditaba el éxito de cualquier propuesta radiofónica a la proporcionalidad creativa sobre la que se había confeccionado. Por otro lado, Cebrián Herreros indica que la radio digital y la ciberradio son y pueden ser en el futuro los lugares propicios para incitar la creatividad, ya que impulsan un nuevo modelo de comunicación interactiva: “Ya no es la emisora la única que ofrece contenidos. La interactividad se ejerce por ambas partes y, en consecuencia, los oyentes adquieren un nuevo papel. (...) Es la incitación, como ha ocurrido en otras manifestaciones narrativas, a la creatividad de los usuarios en igualdad con los diseñadores de las ofertas” (p. 173).

“Innovaciones empresariales y profesionales” (capítulo 7) da comienzo a la segunda parte del libro: “Desarrollos e innovaciones”. Cebrián Herreros empieza indicando la progresiva transformación que está viviendo el mundo profesional y empresarial en el salto que pretenden dar hacia la unificación de las secciones de los grupos de comunicación. Según el autor, parece que la tendencia hacia la hibridación y multimedialidad también altera el organigrama de los grupos de comunicación, ya que para garantizar la oferta multimedia es necesario crear nuevos departamentos especializados en la producción de contenidos.

El capítulo 8 (“Participación, interactividad y cooperación de la sociedad civil en la radio”) teoriza sobre la necesidad de conformar un escenario participativo y dialógico entre emisor y

receptor, para buscar un fortalecimiento interno de la cultura democrática: integración territorial y cohesión social. El debate sobre el papel de la radio en la confección de un escenario más democrático no es nuevo (recordemos los ensayos sobre la radio de Brecht), lo novedoso radica en cómo debe gestionar la radio su aportación a la confección de la sociedad civil en el nuevo contexto de comunicación interactiva en el que nos situamos: audioblogs o radioblogs y podcast.

Este contexto de comunicación universal y de mapas icónico-simbólicos (webs) sitúan al lector ante una pregunta que parece evidente: ¿cuál es la situación de la radio de proximidad? Tras definir el concepto de proximidad, el autor confirma en el capítulo 9 (“Radio de proximidad”) la vieja sospecha de que Internet es un nuevo canal de difusión donde tienen cabida tanto las radios grandes como las pequeñas, y al ser su transmisión universal el concepto de proximidad pierde su valor cartesiano, lo que hace necesario comenzar a hablar de un nuevo escenario virtual (*glocal*).

Tras un capítulo que versa sobre la trascendencia de la inmigración en la radio, Cebrián Herreros cierra la obra con una última aportación sumamente jugosa: “Defensa del espacio público y de los modelos alternativos”. El autor trata de situar al lector dentro de un nuevo concepto de espacio público que se aleja del escenario hertziano tradicional y lo transporta al ciberespacio, donde todas las propuestas de radio (pequeñas y grandes) son posibles, y donde el concepto “alternativo” gana consistencia: “La sociedad en red cambia las relaciones. Lo local se integra en lo global en red. Emergen redes radiofónicas (mallas de entradas y salidas de informaciones en cada localidad) que Llegan por tierra, aire y satélite, redes telemáticas alámbricas e

inalámbricas, fijas y móviles. Es el mundo reticular que penetra en lo local y lo transforma” (p. 288).

Este libro disecciona de manera sistemática el nuevo entorno de transformaciones en el que se encuentra la radio actual. No se trata de una simple obra de recopilación, sino de una apuesta bien argumentada sobre la visión que un apasionado de la radio tiene sobre el medio. Merece la pena.

**Jon Murelaga Ibarra**

---

## *Diosas y tumbas. Mitos femeninos en el cine de Hollywood.*

**Bou, Núria (2006)**

Barcelona: Icaria

Tras analizar junto a Xavier Pérez en “El tiempo del héroe”, las diferentes visiones de la figura del héroe masculino en el cine de Hollywood, Núria Bou revisa en este nuevo trabajo, “Diosas y tumbas”, el universo narrativo e iconográfico de las ficciones de las décadas de los veinte a los cincuenta. En su periplo verifica el hecho de que en las películas realizadas durante este periodo se creó, tal y como lo enuncia la propia autora, un imaginario femenino muy concreto.

Partiendo de la base de que los mitos de la antigua Grecia emanan más que un débil hedor misógino, la autora establece un nexo de unión entre estos y las posteriores construcciones de los personajes de mujer que difundirá la industria cinematográfica de Los Ángeles.

Haciendo uso de la construcción mítica de algunas divinidades femeninas de la antigua Grecia tales como Pandora, Atenea, Demeter o Persefone, Bou confirma que “en las imágenes en movimiento anida una redundancia, una resonancia de la tradición que renueva el gesto, la palabra y el paisaje de las figuras del pasado”. Los viejos mitos regresan reinventados. Tanto es así que la autora confirma a través de su estudio que las *hijas* de Pandora y Atenea reaparecen transformadas en *femme fatales* o *southern belle-s*, y los arquetipos menos belicosos como Remeter, transformada en el personaje de Ma Joad en “Las uvas de la ira”, de John Ford (1940), o de su hija Persefone en el imaginario que sobrevuela “Secreto tras la puerta”, de Fritz Lang (1947).

Con la mirada siempre puesta en el lenguaje de los símbolos, la profesora de la Pompeu Fabra indaga en las imágenes para desvelar el sentido secreto que anida en estas. Escrito con agilidad, su pensamiento lúcido sabe transmitir al lector ideas complejas de un modo sencillo sin llegar a ser vulgar. La lectura de “Diosas y tumbas” resulta inspiradora, y ofrece pistas a estudiosos, investigadores y cinéfilos para seguir descubriendo los modos de construcción de los arquetipos de mujer en el cine contemporáneo.

**Iratxe Fresneda**

---

## *Entrevista a la guerra*

**FIGUERES, Josep Maria (2007)**

Barcelona: La esfera de los libros

Una guerra da mucho que hablar... y que escribir. El periodista ha sido, en los

últimos siglos, testimonio de múltiples conflictos bélicos y, a través de su pluma, ha conseguido comunicar al lector las vivencias –sean manipuladas o no por su afiliación o partidismo– del frente o la retaguardia. Un periodismo de guerra que se ha servido de diversos géneros, como la crónica o la entrevista: el primero, por tener un claro estilo propagandístico; el segundo, por su capacidad de ir directamente a la fuente de información y cuestionarla. Tanto crónica como entrevista son ejemplos paradigmáticos para estudiar cómo se ejerce la profesión periodística en tiempos conflictivos.

La guerra civil española (1936-1939) ha hecho correr muchos ríos de tinta, roja o azul –sirva la analogía tradicional entre republicanos y sublevados. Poder recuperar los materiales publicados durante estos años es un ejercicio minucioso que lleva años de investigación y horas de lectura en bibliotecas y hemerotecas. El profesor Josep Maria Figueres, de la Universidad Autónoma de Barcelona, es ya un experto en la materia. En el año 2004 ya nos sorprendió con una excelente recopilación de las diversas crónicas de guerra publicadas sobre la batalla de Madrid en el volumen *Madrid en guerra. Crónica de la batalla de Madrid, 1936-1939* (Destino). Tres años más tarde, deja el estudio de las crónicas y se adentra en el análisis de las entrevistas con la publicación de otra obra: *Entrevista a la guerra. 100 converses. De Lluís Companys a Pau Casals (1936-1939)* (La esfera de los libros).

Una obra que es fruto de un minucioso análisis de diversos fondos bibliográficos y hemerográficos tanto españoles como extranjeros (entre ellos la Bibliothèque Mitterrand de París, la Hemeroteca General de la UNAM de Ciudad de Méjico y la Hemeroteca Pública de Guadalajara) para recopilar

cien entrevistas hechas a diversos personajes destacados de la vida civil y política catalana de los años de la guerra civil: Lluís Companys (*president* de la Generalitat de Catalunya), Josep Terradellas (*conseller* de Servicios Públicos y Economía de la Generalitat de Catalunya), Joan Casanovas (*conseller primer* y presidente del Consejo Ejecutivo de los dos primeros gobiernos de la Generalitat), Carles Pi y Sunyer (intelectual catalán, alcalde de Barcelona entre 1936 y 1937 y *conseller* de Cultura), Hilari Salvadó (alcalde de Barcelona en sustitución de Pi y Sunyer en 1937), Frederica Montseny (líder anarquista), Joan Peiró (militante anarquista, teórico y ministro de Industria en el gobierno de Largo Caballero), Diego Abad de Santillán (teórico de la revolución y *conseller* de Economía catalán entre 1936 y 1937), Joan Comorera (político comunista y fundador del Partit Socialista Unificat de Catalunya), Andreu Nin (dirigente del Partit Obrer d'Unificació Marxista), Pere Bosch Gimpera (rector de la Universidad de Barcelona y *conseller* de Justicia entre julio de 1937 y 1939), Jaume Miravittles (secretario del Comité de Milicias Antifascistas y director del Comisariato de Propaganda de la Generalitat de Catalunya), Lluís Nicolau d'Olwer (escritor y historiador) y Pau Casals (músico).

Todas estas entrevistas –algunas procedentes de publicaciones británicas como *New Chronicle*, francesas como *Vu*, *Ce Soir*, *La Dépêche* o rusas como el *Pravda*– sirven para retratar una realidad cambiante cada día que avanza la guerra, una nueva realidad que Figueres califica como “la implantación en la calle de un orden revolucionario” donde “todo cambia, empezando por la toponimia y el nombre de los pueblos y las calles” (p. 15). Este nuevo orden es el que se refleja en las entrevistas, todas ellas analizadas en la primera parte del volumen y antes

de los diversos capítulos, monotemáticos en función del entrevistado, dedicados a las transcripciones. Según Figueres, este tipo de entrevistas se caracterizan por: temas de actualidad; partidistas y acríticas; monotemáticas y genéricas; coyunturales; innovadoras en personajes anónimos; breves; anónimas; faltadas de originalidad; desordenadas; repetitivas y limitadas por la censura (p. 25-29).

La entrevista tiene la capacidad de mostrar, en primer plano, los pensamientos de un personaje, público o anónimo. Aquí radica el gran valor de la obra de Figueres: la presentación de personajes redondos, nada arquetípicos y, sobretudo, humanos. Tan redondos como muestran las declaraciones, casi contradictorias, del *president* Companys, más o menos amigo de la revolución en función del medio y el público a que va dirigido. Mientras que en el periódico británico de izquierdas *New Chronicle* Companys afirma que “el sistema capitalista ha quedado arruinado por la misma locura que ha cometido, y no hay manera de sembrar disensiones entre nosotros y el proletariado” (p. 47) o que “marchamos, pues, hacia un orden proletario” (p. 48), en una entrevista de Frédéric Merget por *Le Petit Journal*, periódico francés “literalmente devorado por las masas urbanas capitalistas” –según Figueres (p. 55)–, el *president* es mucho más ponderado cuando afirma que “el hecho que la URSS nos haya aportado una preciosa ayuda moral no implica que el Gobierno de Moscú persiga un fin político interior en España” (p. 57) y asume el liderazgo ideológico de la democracia francesa en la creación de una nueva España: “La revolución francesa penetró en España hacia el 1810 y ha provocado esta gran lucha que constituyó y constituye el eje histórico del país; la España extranjera contra la España real, desvelada después de cuatro siglos de sueño feudal” (p. 58).

Pero, sin duda, esta obra no solo tiene el valor de presentar a pensadores claves de la historia reciente catalana, sino también exponer de su propia voz, el motivo de sus acciones. Sirva de ejemplo una recopilación de entrevistas a un Josep Terradellas –quien será también el primer presidente de la Generalitat restaurada después del franquismo– que se presenta como un claro gestor, más que un ideólogo. Un pragmático de la política que aprobó la militarización y unión de las columnas que operaban en el frente, los decretos de colectivización o presentó delante la prensa la aprobación de los decretos de Orden Público de la *conselleria* de Seguridad Interior en marzo de 1937.

*Entrevista a la guerra* es, sin duda, una nueva contribución en el campo de la historia del periodismo español, con declaraciones hasta ahora perdidas en las hemerotecas y reflexiones políticas que, incluso algunas hoy, no parecen pasadas de moda.

**Xavier Ginesta Portet**

---

## *El loco de la columna*

**PEÑALVA, José Luis (ed.) (2008)**

Bilbao: Servicio Editorial de la  
Universidad del País Vasco

Hay quien asegura que el mayor enemigo del relato es el periodismo. Como todo en esta vida, ese axioma también es discutible. Obviamente, José Luis Peñalva no es un inventor de ficciones, ni siquiera un re creador de *casiverdades*, sino un analista con la habilidad de entresacar la información que queda en la capa más alta debajo de

la superficie. Un carnicero que deja los temas sobre la mesa de despiezar con suficiencia, y además transmite *karma* positivo.

*El loco de la columna* es un homenaje a un amigo hecho por amigos en el que el cariño apelmaza, con total seguridad injustamente, la trayectoria de José Luis, antes James Andrews. Y así, en el pecado que otros cometen se encuentra la penitencia del protagonista absoluto del libro.

El volumen, de 355 páginas, está dividido en dos partes, pero se perciben cuatro sin dificultad. La primera: los agradecimientos del agradecido editor y las alabanzas de los que están encantados de haberle conocido.

La segunda es casi un manual. Con estilo *lazarovalbuenesco*, James Peñalva intenta transmitir a las generaciones venideras lo que ha aprendido, no lo que le enseñaron. Para quien firma esta reseña, escritor de artículos, un poco científico, un poco periodista, un poco bombero y discípulo eterno, ésta es, sin duda, la sección más interesante del libro.

La tercera es la más profusa y arriesgada. Tal vez demasiado, porque es en esa innovación de otorgar espacio a las firmas sin nota al pie donde más celos puede cosechar el trabajo. O quizá suceda lo contrario, y sean los colaboradores con biografía adjunta los que resulten plomizos protagonistas de su propio virtuosismo, a un lector interesado en la columna como género, y no en los generadores de columnas más allá del que aparece en la portada.

Finalmente, y como no podía ser de otra manera, la cuarta es una recopilación de textos del autor y su trasunto, que da peso literal y argumental al volumen.

En general, en *El loco de la columna* está pegajosamente presente el tono de homenaje por jubilación al fundador y director de una cadena de televisión local de la costa este estadounidense, de esas que tienen por nombre un acrónimo imposible. Y es que es inevitable recordar que la de José Luis Andrews es una despedida seguida de la de Ángel Arnedo al frente de *El Correo español-El Pueblo vasco*.

Precisamente es el protagonista del libro y la reseña el que mejor maneja el tempo y la temperatura del libro, y deja la tempura en su punto. No hay que olvidar que el nacimiento del columnista Peñalva estuvo precedido por el máximo placer que un escritor puede sentir en el trazo de su pluma: un seudónimo como el de James Andrews, que le prestó su modestia y al que, por cierto, se echa de menos en *El loco de la columna*. Por eso de brindar con los viejos amigos.

**Iker Merodio**

---

## ***Jornalismo e Democracia***

**FERIN, Isabel (coord) (2007)**

Lisboa: Paulus

El libro *Jornalismo e Democracia* es resultado del proyecto *Jornalismo e Actos da Democracia*, apoyado por la Fundación para la Ciencia y la Tecnología, que dirige Isabel Ferin desde el Instituto de Estudios Periodísticos de la Universidad de Coimbra. En la mencionada investigación se estudia en profundidad la cobertura periodística de las elecciones presidenciales portuguesas,

el tratamiento informativo de los congresos de los diferentes partidos, se realiza un riguroso seguimiento de la opinión publicada y también se analiza la secuencia noticiosa que acompaña el final de los mandatos presidenciales.

Con este proyecto, Isabel Ferin ha trasladado al ámbito portugués algunas de las reflexiones y trabajos de referencia internacional en el estudio de la comunicación política: Graber, McQuail, & Norris, 1988; Brody, 1991; Jameson, 1992; Capella & Jameson, 1997; Norris, 2000; Paterson, 2003; Krees & Van Leeuwen, 1999, y Blumer & Gurevitch, 2000. En esta pesquisa, *Jornalismo e Actos de Democracia* estudia de forma empírica y con un tratamiento metodológico exhaustivo las primeras páginas de las publicaciones portuguesas más importantes: *Diário de Notícias*, *Público*, *Correio da Manhã*, *Expresso Independente* y *Visão*. También, se analizan de forma particular las secciones de opinión, política y nacional. A este estudio general se añaden otros específicos sobre los finales de mandato de los primeros ministros, las elecciones presidenciales, la evolución de la opinión y la información sobre congresos partidistas.

El libro *Jornalismo e Democracia* no es sino una acertada síntesis en media docena de capítulos firmado por algunos de los colaboradores del mencionado proyecto, así que, aunque cada uno de ellos aparece firmado por diferentes autores, el conjunto presenta una unidad formal y de contenido de gran calidad que permite al lector aproximarse a la actualidad sociopolítica portuguesa con facilidad, a pesar de la complejidad del proyecto investigador.

Desde la centenaria Universidad de Coimbra, Isabel Ferin firma el primer capítulo dedicado a la observación periodística del final de los mandatos

presidenciales en Portugal. Estrela Serrano, de la Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa, ofrece en el segundo capítulo un resumen de una amplia y rigurosa investigación, a la que dedicó su tesis doctoral, sobre la cobertura informativa en prensa y televisión de las campañas electorales presidenciales en Portugal entre 1976 y 2001. El tercer capítulo estudia el final de los mandatos presidenciales en Brasil. Es una aportación de Antonio Albino Canelas y Leandro Colling, ambos de la Universidad Federal da Bahía, que permite comparar las experiencias a uno y otro lado del Atlántico.

Rita Figueiras se encarga del cuarto capítulo, dedicado a las páginas de opinión de los diarios y al estudio de la producción de los principales líderes de opinión en la prensa de referencia. Finalmente, Vanda Calado, del Centro de Investigación Media & Jornalismo de Lisboa, institución lusa de referencia en la investigación en comunicación, realiza un pormenorizado estudio del tratamiento informativo dispensado a los congresos de los diferentes partidos. Utiliza el análisis del discurso para desbrozar las características de las noticias que han generado los congresos del PS, CDS, PSD, PCP y BE entre 1994 y 2001. Entre sus conclusiones señala que “las noticias son marcadas por una presencia más activa, analítica e interpretativa de los periodistas, que tienen una voz cada más visible y valorativa en el producto final del trabajo periodístico”.

Cierra el libro una pertinente reflexión sobre la investigación realizada. El minucioso análisis de contenido y su posterior cruce de datos son evaluados, en el último capítulo, en un apartado metodológico que cierra la compilación, y que firman Isabel Ferin junto a Vanda Calado del CIMJ. Nos

encontramos, por tanto, frente a una publicación de actualidad que recoge las tendencias internacionales de investigación en comunicación política, aplicadas con rigor metodológico a la dinámica política de Portugal.

**Fermín Galindo Arranz**

---

## *Lengua española y comunicación*

**SARMIENTO GONZÁLEZ, Ramón;  
VILCHES VIVANCOS, Fernando (2007)**

Madrid: SGEL

Al igual que el barro constituye la materia prima a la que el alfarero da forma, las palabras son los ingredientes que los periodistas han de utilizar con pericia para desempeñar su trabajo. Manejar el idioma con corrección es una habilidad que todo el mundo debería dominar, pero resulta especialmente necesaria en aquellas personas que ven reflejado su discurso en un escaparate público. Es más que seguro que los autores de esta obra que reedita SGEL, Catedrático y profesor Titular, respectivamente, de Lengua Española en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, se han enfrentado en más de una ocasión a la desesperación. Encontrarse con alumnos futuros periodistas cuyo léxico no supera las doscientas palabras por día no es algo ajeno a la realidad de quienes se dedican a la docencia universitaria.

Capítulo aparte merecen los deslices gramaticales y los errores ortográficos. Si la pulcritud ortográfica es seña del nivel sociocultural de una

persona, y su mejor carta de presentación, debería ser requisito indispensable en los textos que se difunden públicamente. Tildes, mayúsculas, incoherencias verbales o dequeísmos, afean el discurso oral y escrito y le restan credibilidad. La costumbre, que nos hace caer en giros manidos y tópicos imprecisos en la redacción, las modas, o el mero desconocimiento, llevan a la incorrección. Por eso bueno es contar con manuales como éste que, a modo de llamadas de atención, aclaren dudas y aceiten la, en ocasiones, herrumbrosa herramienta de comunicación más elemental.

Vivimos en un mundo en el que los medios de comunicación “han adquirido una importancia desmesurada y son precisamente ellos los encargados del contagio masivo” (pág. 127) de barbarismos, incorrecciones, lenguaje políticamente correcto y expresiones poco afortunadas. Todo ello contribuye a empobrecer el idioma, y exige a quienes escriben para ser leídos o escuchados un esfuerzo especial: el de controlar los recursos que ofrece el lenguaje para transmitir con precisión y claridad. Los periodistas no son meros *juntaletras*. El buen profesional de la comunicación ha de ser consciente de los resortes de la lengua, y elegir las palabras que mejor se ajustan a cada ocasión, eligiendo entre registros y términos los más adecuados. Debe desarrollar un espíritu crítico que le lleve a cuestionar los calcos lingüísticos provenientes de otros idiomas, las palabras desgastadas y vacías que quieren decir todo y ya no dicen nada, y el lenguaje políticamente correcto que no expresa la realidad sino que la camufla. No es pedantería ni esnobismo; simplemente, deseable y necesario rigor lingüístico. Cuando los periódicos hablan de “sin papeles” por no hablar de “sin derechos”, o se refieren a las subidas de precios como “reajustes

de tarifas” están mostrándose conniventes con los responsables de realidades denunciables y condicionando la interpretación del lector.

La organización interna de la obra resulta algo desigual, pero en todas sus páginas encontramos reflexiones, explicaciones o ejemplos incorrectos -el colmo del oxímoron- extraídos de piezas periodísticas auténticas. Así comprobamos que la prensa está *infectada* de términos *espureos*, que *inflingen* un doble perjuicio a la sociedad al resultar magnificadas por el altavoz con el que cuentan. La última parte del manual, planteada como recurso pedagógico, constituye un compendio de ejercicios prácticos con sus correspondientes soluciones. El lector tiene la oportunidad de enfrentarse a muchos de los errores afeados en los capítulos previos, y demostrarse a sí mismo que la lectura le ha resultado provechosa. Obviamente, 212 páginas no son suficientes para aprender a escribir con corrección, pero estoy segura de que constituyen una poderosa llamada de atención.

**Estefanía Jiménez Iglesias**